

## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sumatera Barat salah satu daerah pusat kuliner dan masyarakatnya juga merupakan gemar mengolah dan mengkonsumsi daging sapi. Hal ini terlihat dari berbagai makanan khas Sumbar yang berasal dari produk olahan daging sapi seperti dendeng dan rendang. Menurut data Badan Pusat Statistik Sumatera Barat (2015) jumlah konsumsi daging sapi di Sumatera Barat pada tahun 2013 konsumsi daging sapi 960,64/ton dan tahun 2014 konsumsi daging sapi mencapai 3433,05/ton dalam setahun.

Untuk memenuhi kebutuhan daging sapi, konsumen di Kota Padang dapat memperoleh daging sapi yang ditawarkan di pasar-pasar tradisional dan pasar modern. Daging sapi segar di Kota Padang dapat dibeli ditempat penjualan daging segar yang berada di pinggir-pinggir jalan atau berdekatan dengan lokasi pemukiman penduduk, dengan kata lain daging sapi segar mudah ditemukan oleh masyarakat karena tersedia di banyak tempat dan dari pagi sampai sore hari.

Daging sapi segar biasanya dijual oleh pedagang kaki lima dengan cara diletakkan begitu saja pada meja-meja secara terbuka, sehingga sering dihindangi lalat dan kemudian mengakibatkan daging kurang higienis. Hal ini berbeda dengan pasar modern seperti supermarket biasanya menjual daging sapi yang sudah dikemas.

Biasanya konsumen yang membeli di pasar-pasar tradisional adalah mereka yang mempunyai waktu cukup lapang seperti ibu RT, sedangkan berbelanja di pasar modern tidak perlu berdesak-desakan sehingga pasar modern tergolong praktis. Aktivitas konsumen ini akan mempengaruhi mereka dalam

melakukan keputusan pembelian, untuk itu pada penelitian ini perlu dikaji lebih dalam karakteristik konsumen yang melakukan pembelian daging sapi kemasan di pasar modern ini.

Menurut Irianto (2007) gaya hidup masyarakat sekarang yang berbelanja di swalayan atau supermarket telah menjadi trend berbelanja pada saat ini. Barang yang ditawarkan pada pasar jenis ini cukup lengkap mulai dari barang kebutuhan pokok sampai barang yang sifatnya tersier, berbagai kemudahan fasilitas yang ditawarkan membuat masyarakat menjadikan pasar jenis ini menjadi pilihan untuk berbelanja.

Di Padang terdapat beberapa supermarket yang menjual daging sapi kemasan yaitu di Spar Plaza Andalas dan Foodmart Basko Grand Mall, tetapi daging sapi di Foodmart lebih banyak bagian yang ditawarkan daripada di Spar Plaza Andalas, dan penjualan rata-rata perbulannya juga lebih tinggi di Foodmart daripada di Spar Plaza Andalas. Menurut informasi dari manager pemasaran di Foodmart Basko dan Spar Plaza Andalas rata-rata penjualan 30 kg/bulan di Foodmart sedangkan di Spar sebanyak 20 kg/bulan.

Keberadaan Foodmart dapat menjadi alternatif bagi konsumen untuk mendapat daging sapi selain dari pasar tradisional atau yang dijual di pinggir-pinggir jalan. Seorang konsumen biasanya menginginkan produk dengan harga yang murah dan komoditas yang baik. Berdasarkan hasil pra survey harga daging sapi di pasar tradisional berkisar Rp.120.000/kg, sedangkan harga di supermarket seperti di Foodmart Rp.130.000/kg.

Jika dilihat dari harganya, harga daging sapi yang dijual di Foodmart lebih mahal dimandingkan dengan daging sapi di pasar tradisional, diduga walaupun

demikian permintaan terhadap daging sapi di pasar modern juga tinggi. Berdasarkan fenomena tersebut biasanya konsumen lebih memilih harga yang murah walaupun kualitasnya tidak begitu baik, peneliti tertarik melaksanakan penelitian dengan tujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen yang memilih daging sapi kemasan di Foodmart, dan faktor apa saja yang mendorong mereka dalam memilih membeli daging sapi di Foodmart dibandingkan di pasar tradisional. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan diatas maka penelitian ini diberi judul “Faktor-faktor yang Mendorong Konsumen dalam Melakukan Pembelian Daging Sapi di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang”.



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana karakteristik konsumen yang membeli daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall kota Padang.
- b. Bagaimana karakteristik pembelian daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang.
- c. Faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen dalam melakukan pembelian daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall kota Padang.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui karakteristik konsumen yang membeli daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall kota Padang.
- b. Untuk mengetahui karakteristik pembelian daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall Kota Padang.
- c. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam melakukan pembelian daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall kota Padang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah:

- a. Sebagai informasi bagi produsen agar mengetahui keinginan konsumen dalam membeli daging sapi di Foodmart Basko Grand Mall kota Padang.

- b. Sebagai informasi bagi peternak untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong konsumen dalam membeli daging sapi.
- c. Sebagai informasi dan bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

